

Memoria de Sostenibilidad
Carrefour España 2025

ACCIÓN CIRCULAR Y CERO DESPERDICIO

Carrefour 

STOP
AL DESPERDICIO
ALIMENTARIO



¿Sabías que lo que más
se tira en los hogares
españoles son
frutas y verduras?

Entre todos podemos
ponerle freno





ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

El modelo de gestión de la sostenibilidad de Carrefour España, se sustenta sobre su estrategia de sostenibilidad, la cual fue actualizada en 2025, y está orientada a maximizar el impacto ambiental y social de la compañía con foco en el negocio y el stakeholder cliente.

En Carrefour España, entendemos la sostenibilidad bajo una premisa sencilla y clara: garantizar que nuestros clientes puedan hacer la compra bien. Para nosotros, este concepto significa que, al elegir Carrefour, el consumidor no solo accede a productos de calidad, saludables y a precios imbatibles, sino que su decisión de compra genera un impacto positivo que trasciende nuestras tiendas.

Esta visión se materializa a través de cuatro ejes estratégicos que responden a la ambición de Carrefour España y las expectativas de nuestros grupos de interés:

Como palanca transversal, la innovación alimentaria es el motor que hace posible este modelo. Nos permite evolucionar y encontrar la alternativa óptima para mejorar continuamente nuestro surtido en cada uno de estos cuatro ejes.

*Comprar bien es...
Escoger alternativas saludables
a precios imbatibles.*

NUTRICIÓN SALUDABLE Y ACCESIBLE

Democratizamos el acceso a alternativas saludables a precios imbatibles, sin renunciar al sabor. Impulsamos categorías innovadoras y ampliamos el surtido para responder a diferentes necesidades y preferencias alimentarias con criterios de transparencia a lo largo de toda la cadena.

*Comprar bien es...
Proteger el entorno para
garantizar la alimentación
a futuro.*

CLIMA Y NATURALEZA

Protegemos el entorno natural para asegurar la alimentación del futuro, cumpliendo estándares exigentes en trazabilidad y bienestar animal a lo largo de toda la cadena de valor.

*Comprar bien es...
Elegir lo bueno, apostar
por lo de aquí.*

CERCANÍA Y DESARROLLO LOCAL

Apostamos por lo bueno y lo de aquí, trabajando estrechamente con productores y empresas locales para fortalecer el tejido económico regional.

*Comprar bien es...
Reducir el desperdicio de
alimentos y fomentar
el ecodiseño.*

ACCIÓN CIRCULAR Y CERO DESPERDICIO

Implementamos medidas de eficiencia para reducir el desperdicio alimentario, optimizar el ecodiseño de los envases y minimizar la generación de residuos.

INNOVACIÓN ALIMENTARIA

UNA PALANCA TRANSVERSAL

Y lo hacemos apoyándonos en la innovación, junto a las personas y empresas productoras.



ACCIÓN CIRCULAR Y CERO DESPERDICIO

*Hacer la compra bien es...
Reducir el desperdicio de alimentos
y fomentar el ecodiseño.*

Alargamos la vida útil de los alimentos transformándolos en nuevos productos a través de procesos de transformación y valorización alimentaria.

Junto a nuestros proveedores, hacemos del ecodiseño una realidad: productos y envases más duraderos, con menos plástico, pensados para una mayor circularidad.



ECONOMÍA CIRCULAR Y ECODISEÑO

La economía circular está plenamente integrada tanto en el negocio como en la operativa diaria de Carrefour España y se aborda más allá de la gestión de residuos para impulsar programas que limiten el desperdicio y maximicen la vida útil de los recursos.

Por otra parte, Carrefour España integra criterios de circularidad y ecodiseño en el envasado de los productos ya sean de marca propia o de proveedores. Para ello, la compañía ha desarrollado la iniciativa Sustainable Category Management, a través de la cual impulsa alternativas de packaging más sostenibles que reduzcan el consumo de plástico y alarguen la vida útil de los productos.

Entre las principales mejoras que se han llevado a cabo en nuestros envases se encuentra la reducción de plástico virgen, el fomento de plástico reciclado, la sustitución de envases de plástico por alternativas de papel y cartón, y la apuesta por la venta a granel y los envases rellenables. Gracias a estas iniciativas, en 2025 hemos logrado avances significativos respecto al año anterior.

En 2025, Carrefour se adhirió a la Asociación SDDR para España para el desarrollo del futuro Sistema de Devolución, Depósito y Retorno de envases de bebidas en España, junto a AECOC y ANGED, y a la que también pertenecen: Asociación de Aguas Minerales de España, Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA), ASEDAS, Cerveceros de España y Zumos y Gazpachos de España. El objetivo de esta Asociación es lograr la recogida del 90% de botellas PET y latas de aluminio de un solo uso en España a través de un sistema del que Carrefour forma parte activamente.

Este mismo año nos adherimos a RE-VISTE, el primer Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) para la gestión de residuos textiles y de calzado en España. A través de esta alianza, Carrefour refuerza su compromiso con la economía circular más allá del ámbito alimentario, contribuyendo a la recogida, reutilización y reciclaje de prendas y calzado en línea con la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

-10%
**PLÁSTICO EN
LOS ENVASES**

-10%
**PROPORCIÓN DE
PLÁSTICO VIRGEN
EN LOS ENVASES**

+28%
**ENVASES
RECICLABLES**

+26%
**VENTA DE
PRODUCTOS
A GRANEL**

Transformamos alimentos cercanos a la fecha de consumo preferente en nuevos productos dándoles una segunda vida, como, por ejemplo, tomate triturado, mermeladas con fruta madura, pan, productos de charcutería y croissant tostado.



ECONOMÍA CIRCULAR Y ECODISEÑO

De todos esos residuos generados en tienda, cabe destacar que un 99,4% de los mismos han sido valorizados.

Por otra parte, Carrefour España fomenta entre sus clientes la gestión responsable de residuos facilitando soluciones de reciclaje en su red de tiendas. Para ello, los establecimientos actúan como puntos de proximidad para la recogida de residuos como pilas, baterías, bombillas y lámparas, asegurando su correcto tratamiento ambiental. Adicionalmente, la compañía garantiza el cierre del ciclo de vida de los productos mediante un servicio de logística inversa, retirando los electrodomésticos antiguos en el momento de la entrega e instalación de nuevos equipos.

En esta misma línea, CC Carrefour pone a disposición de sus clientes más de 7.700 puntos de recogida CircularCaps de cápsulas de café usadas para separar el café, el aluminio y el plástico de este residuo en centros especializados de reciclaje. Posteriormente, cada uno de estos elementos son procesados y gestionados por separado para dotarlos de una segunda vida.

En 2025, Carrefour España ha recogido un total de 11.519 toneladas de residuos entregados por sus clientes.



Tipología de residuo	Cantidad de residuos entregados (t)
Pilas y baterías	122
Bombillas y lámparas	38
Aparatos eléctricos y electrónicos	10.301
Ropa a través de contenedores de Cáritas	1.058
TOTAL	11.519



En relación a la recogida de textil, Carrefour colabora con Cáritas en la campaña de recogida y reciclaje de ropa a través de la colocación de contenedores en los parkings de los hipermercados. Esta alianza, nacida en 2018, además de favorecer la reutilización y gestión responsable de estos residuos textiles, promueve la creación de empleo de personas en riesgo de exclusión social.

Finalmente, a través de la app Mi Carrefour la compañía pone a disposición de sus clientes la aplicación ReciclaYa. Esta iniciativa no sólo fomenta el reciclaje entre los usuarios de la app Mi Carrefour, indicando en qué contenedor se debe separar cada producto y sus elementos, sino que también premia el compromiso ambiental de los mismos mediante la generación de puntos canjeables por saldo en el ChequeAhorro. La herramienta también informa al consumidor sobre el impacto positivo de su acción mediante el cálculo de la cantidad de emisiones de CO₂ evitadas.

A cierre de año, el proyecto cuenta con el respaldo de más de 40 marcas proveedoras adheridas y ha alcanzado la cifra de 89.000 usuarios activos. Gracias a la validación de más de 2,8 millones de tickets de compra, la plataforma ha registrado 74 millones de ítems reciclados a lo largo del año, lo que se ha traducido en un ahorro medioambiental directo de 1.500 toneladas de emisiones de CO₂ evitadas.

INICIATIVAS CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

El desperdicio alimentario es uno de los principales retos ambientales y sociales de la actualidad. De acuerdo con los datos del reciente estudio sectorial liderado por AECOC en 2025¹, la mayoría del desperdicio de alimentos se genera en el ámbito doméstico (entre el 42% y el 53% del total). En contraposición, el sector de la distribución comercial representa una fracción mínima del volumen, situándose entre el 0,37% y el 0,48% sobre el total comercializado.

En este contexto, la lucha contra el desperdicio alimentario representa un pilar esencial del modelo de negocio responsable de Carrefour España. La compañía, desde su origen, ha trabajado por optimizar la oferta de productos a la demanda del cliente para minimizar cualquier tipo de merma.

Con este principio en mente, en 2025 nuestra estrategia ha evolucionado más allá del cumplimiento normativo, convirtiendo la eficiencia en la gestión de excedentes en una seña de identidad de nuestra excelencia operativa. Este compromiso se materializa en una gestión integral que abarca desde la prevención en origen hasta la donación, garantizando que ningún alimento apto para el consumo pierda su valor.

SEMANA CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

En septiembre de 2025, coincidiendo con el Día Mundial contra el desperdicio alimentario, celebramos la semana contra el desperdicio. El objetivo es concienciar a las personas de la relevancia y el impacto de la gestión responsable de los alimentos.

PRIORIZACIÓN DE ACCIONES CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Priorización según la Ley 1/2025	Acciones Carrefour España
1. Prevención en origen Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario	PVP Dinámico Descuentos del 30% al 40% en productos próximos a caducar. Aprovisionamiento Inteligente Algoritmos de previsión para ajustar el stock. Control de Calidad Protocolos estrictos en recepción para asegurar vida útil.
2. Consumo humano Alimentación humana, donación y redistribución	Donaciones Redistribución de excedentes alimentarios a entidades sociales.
3. Transformación Transformación de productos aptos pero no vendidos	Too Good To Go (TGTG) Comercialización de 'Packs Sorpresa' con excedentes. Cajas Despensa / Fruta 'de formas diferentes' Venta de packs de productos que no encajan por estética.
4. Alimentación animal Uso como subproducto para alimentación animal y piensos	Gestión de Sandach Segregación de residuos cárnicos y de pescadería no aptos para consumo; procesamiento en plantas de harinas de carne o grasas para piensos animales.
5. Compostaje Valorización material mediante compost de calidad para uso agrícola	Compostaje Tratamiento de la fracción orgánica para la obtención de abonos agrícolas, cerrando el ciclo de la economía circular.
6. Valorización energética Obtención de biogás u otros combustibles	Biogás / Biodiésel Aceites usados y residuos orgánicos no valorizables destinados a la producción de biocombustibles. Valorización Energética Residuo orgánico enviado a plantas de biometanización.





Con el fin de certificar este compromiso, en 2024 nos convertimos en la primera empresa de distribución en lograr el sello “Desperdicio Alimentario Cero” de AENOR, el cual reconoce la efectividad de las medidas implementadas por la compañía y su eficaz gestión del desperdicio alimentario. En 2025, ampliamos esta certificación a 13 plataformas logísticas y a todas nuestras tiendas integradas.

Asimismo, Carrefour España ha conformado este año su primer Comité de Desperdicio Alimentario, integrando a ocho áreas clave de la compañía con el fin de realizar un seguimiento del desempeño de Carrefour España en esta materia, identificar potenciales oportunidades de mejora y monitorear el cumplimiento del plan contra el desperdicio alimentario.

Hemos evitado el desperdicio alimentario en más de 4.000 T respecto al año 2024

Este firme compromiso ha consolidado resultados positivos durante el ejercicio. En 2025, Carrefour España ha logrado reducir más de 4.000 toneladas vs 2024 su desperdicio alimentario y una reducción del 46% en su intensidad de desperdicio alimentario con respecto al año base 2016, convirtiéndola en la compañía del Grupo con mejor resultado.

Este desempeño ha sido clave para que el consumidor sitúe a la compañía como el líder indiscutible en la lucha contra el desperdicio alimentario, según el índice BIC (Brand Image Index), manteniendo una ventaja diferencial respecto al resto del sector.

Sin embargo, y más allá de la optimización de los excedentes, en Carrefour España mantenemos la ambición de liderar una alimentación de calidad que sea accesible para todos. En este sentido, a través de la Fundación Solidaridad Carrefour, priorizamos la canalización de productos aptos para el consumo hacia los colectivos más vulnerables. Gracias a nuestra alianza con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), hemos logrado gestionar la donación de más de 700 toneladas de alimentos este año, transformando el excedente en un recurso social de alto impacto.



Javier Mejía, director de Marketing Estratégico y Desarrollo de Negocio de AENOR, entrega el sello "Desperdicio Alimentario Cero" de AENOR a Candela Arias, Directora de Recursos Humanos y Secretaria General de Carrefour España



91 490 89 00 **CARREFOUR.ES**

Avenida de la Transición Española, 36. Parque Empresarial Omega, Edificio D y E, 28108 Alcobendas (Madrid).

